



2024年度 社会责任报告



CONTENTS

目录

关于本报告	01
董事长寄语	03

展望2025	47
--------	----

附录	
关键绩效表	49
指标索引表	51
读者反馈	51

1	锦江风采	
	公司简介	05
	业务概述	07
	关键绩效	08

2	专题一 市场化改革显成效 产业链协同助发展	
	以深化市场化改革为抓手统 筹推进数字化转型	09
	业务线协同	11

3	专题二 锚定品牌核心策略 铸就锦江独特亮点	
	“锦大师”品牌宣传建设	13
	参与“幸福直通车”进企业活动	15
	经营亮点	15

4	合规经营 长治久安	
	合规经营	17
	ESG管理	20
	党群建设	24
	商业道德	26

5	绿色环保 低碳未来	
	环境合规管理	27
	应对气候变化	27
	能源消耗管理	29
	资源利用与循环经济	30
	污染物排放与废弃物处理	30
	倡导绿色办公	31
	生态系统和生物多样性保护	31

6	以人为本 携手共进	
	合规雇佣管理	32
	守护职业健康	33
	赋能职业发展	34
	重视员工关怀	34

7	优质产品 塑卓越品牌	
	产品质量管理	37
	优质服务保障	42
	研发创新	43
	行业推动	44

8	和谐发展 筑美好家园	
	服务国家战略	45
	乡村振兴	45
	社会公益	46



关于本报告

○ 报告简介

本报告为上海锦江在线网络服务股份有限公司（以下简称“本公司”或“公司”）2024年度社会责任报告，旨在真实反映公司2024年度企业社会责任的发展与实践，向利益相关方公开报告企业运行情况，帮助企业股东及债权人、合作伙伴、员工和其他利益相关者深入透视公司的社会责任实践活动。

○ 时间范围

本报告主要描述2024年1月1日至2024年12月31日公司及下属分子公司管理经营、环境责任、员工责任、公益慈善责任及其他利益相关方责任等方面的工作。为增强报告可比性及前瞻性，部分内容有所延伸。

○ 董事会声明

本公司董事会及全体董事保证本报告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带的法律责任。

○ 编制依据

本报告参照《上海市国有控股上市公司环境、社会和治理（ESG）指标体系（1.0版）》《中国企业社会责任报告编写指南（CASS - ESG 6.0）》、全球报告倡议组织GRI《可持续发展报告标准》（2021）以及联合国可持续发展目标（SDGs），结合公司实际情况编制而成。

○ 发布形式

为了践行低碳环保和可持续发展的理念，本报告仅以电子文档的形式在上交所网站上进行刊载，如果您还想了解本报告以外的公司其他信息，可查阅公司年度财务报告。

○ 阅读反馈

公司非常关心您对本公司社会责任工作和本报告的意见，如果您对本报告有任何想法和建议，请按以下方式联系我们。对于您给予的宝贵意见，我们致以最诚挚的感谢。

联系人：沈贇

电话：(021)63218800

○ 正文涉及简称一览表

报告期、本年度	指	2024年1月1日至2024年12月31日
锦江在线、公司	指	上海锦江在线网络服务股份有限公司
锦海捷亚	指	锦海捷亚国际货运有限公司
锦江低温	指	上海锦江国际低温物流发展有限公司
锦江汽车	指	上海锦江汽车服务有限公司

董事长寄语

2024年是实现“十四五”规划目标任务的关键一年，也是锦江在线大力实施三年发展规划，构建高质量发展新格局的第一年。危机中育新机，变局中开新局，面对复杂多变的国际国内环境挑战，锦江在线坚定信心和决心，聚焦主营业务，持续深入推进高质量、可持续发展策略，为实现三年战略目标奠定了坚实基础。

绿色发展的坚定践行者

在全球气候变化的背景下，环境保护已成为全人类的共同责任。作为一家有担当的企业，我们深知自身在推动绿色发展中的重要角色。过去一年，我们在环境管理方面取得了显著进展。公司全面推行绿色生产理念，从冷链运输、业务用车到半成品食品销售的每一个环节，都严格遵循环保标准，大幅降低了能源消耗和污染物排放。在生产经营过程中，我们采用了高效的节能设备和智能控制系统，加强燃油管理并提高办事效率，合理确定车辆使用年限，同时减少了废水、废气和废渣的排放。我们深知，环境保护是一项长期而艰巨的任务，未来我们将继续加大在环保领域的投入，推动绿色技术研发和应用，提高资源利用效率，减少对环境的影响，努力成为绿色发展的标杆企业。

责任担当的积极履行者

企业是社会的一份子，社会的发展离不开企业的参与和贡献。过去一年，我们始终坚持以人为本，关爱员工，保障员工的合法权益，为员工提供良好的工作环境和成长机会。我们认为，员工的幸福和成长，能够推动公司的持续发展。为此，公司不断完善员工福利体系，提高员工薪酬待遇，提供丰富的培训机会，帮助员工提升专业技能和综合素质。同时，我们还积极营造和谐的企业文化，组织开展各类团队建设活动和员工关怀活动，增强员工的归属感和凝聚力。

在公益事业方面，我们积极投身多个领域，努力回馈社会。过去一年，公司持续向上海市金山区廊下镇南塘村的发展提供支持和建设，也积极组织员工志愿者参与社区服务和公益活动，为社会传递正能量。此外，我们还注重与供应商、客户等利益相关者的合作与沟通，努力构建和谐的商业生态。我们坚持公平交易原则，与供应商建立了长期稳定的合作关系，共同推动产业链的可持续发展；积极倾听客户的声音，不断提升产品和服务质量，为客户创造更多价值。

规范运营的有力保障者

良好的公司治理是企业可持续发展的基石。过去一年，我们持续完善治理结构，加强内部控制，提高决策的科学性和透明度。公司严格按照法律法规和公司章程的要求，规范股东大会、董事会、监事会和管理层的职责权限，确保公司治理的有效运行。我们还进一步补充了公司内部控制体系，加强对财务、采购、销售等关键环节的管控，防范经营风险和财务风险。

公司高度重视股东利益，将提质增效、回报股东视为公司发展的重大支撑。通过稳健的经营管理和严谨的业务布局，公司确保了良好的现金流状况，并坚持将盈利能力转化为实际回报，以稳定、可持续的现金分红方式持续回馈股东。这一举措既有利于增强股东对公司未来发展的信心，又进一步维护了公司在资本市场的良好形象，彰显了公司为股东创造长期价值的坚定决心。

在信息披露方面，我们坚持真实、准确、完整、及时的原则，向股东和社会公众披露公司的经营状况、财务状况和重大事项，保障投资者的知情权。过去一年，我们严格遵守法律法规，坚持诚信经营，确保公司在经营活动中始终遵循法律法规和道德规范，维护股东和利益相关者的合法权益。同时，我们还积极与投资者、客户、供应商等利益相关者保持沟通，倾听他们的声音，回应他们的关切，共同推动公司的可持续发展。

未来，公司将以三年发展规划为指引，聚焦主营业务，强化核心能力建设，加强目标与成本管理，扎实推进年度各项经营计划，助力公司的数字化成果迈向新台阶。此外，我们将继续深化 ESG 战略，进一步加大在环境保护、社会责任和公司治理方面的投入，不断完善公司治理机制，提升公司治理水平。让我们携手共进，为实现公司的高质量、可持续发展不懈努力，共创美好未来！

锦江风采

○ 公司简介

上海锦江在线网络服务股份有限公司(简称:锦江在线)是锦江国际集团“深耕国内、全球布局、跨国经营”发展战略的重要组成部分,于1993年6月在上海证券交易所主板上市,证券代码:600650。

自2004年起,公司逐步构建了以汽车客运、国际货代、食品冷链为核心的业务领域,并成功将业务辐射区域从上海扩大到全国多个经济中心城市。

2021年3月,正式更名为上海锦江在线网络服务股份公司,在保持原有业务优势的基础上大力培育第二增长曲线,通过整合锦江御味、上海市牛羊肉公司、锦江低温物流等企业资源,打造出具有锦江特色的食品供应链体系,有效实现业务协同。

业务概述

国际货运代理业务



公司参股子公司锦海捷亚成立于1992年,是我国知名的综合性跨境货代货运企业,以海运、空运进出口为核心,集长江内支线船代、大件运输、铁水联运、铁海联运等多种业务为一体,并形成了覆盖国内、国外主要国家的国际化网络。海外市场上,服务网络覆盖30余个主要国家和地区,130余个城市,2024年新增了新能源汽车、半导体、机械设备等行业的十余家直接合作客户,美线等优势航线出口箱量同比大幅增长。国内市场上,长江内支线运输业务新开发了中建钢构等多家客户,稳定合作的直接客户近30家。新开发重庆、西安、郑州、武汉、大连、石家庄、乌鲁木齐等多个城市的铁路运输出口。

汽车客运业务

公司下属的锦江汽车服务有限公司拥有各类大中小汽车近万辆,是上海市综合接待能力领先的客运服务企业,以优质服务抢占市场,客户留存率稳定增长,营运业务包括旅游客运、商务租赁和出租车等多个领域,致力于成为城市综合客运服务行业的引领者和标杆企业。

旅游客运方面,锦江汽车在2024年承担了四大洲花样滑冰锦标赛、世界数字教育大会等15个大型赛事、会务用车服务,为“荷美”“七海”等10余艘邮轮的1.3万余入境旅客提供商务车接待服务,入境邮轮旅客接待数和车辆使用数均创新高。公司拥有国家道路旅客运输一级企业资质,在国内处于领先地位。

商务车租赁方面,锦江在线在上海商务车租赁市场的占有率名列前茅,提供从高端商务车到旅游大客车的全方位租赁服务。

出租车方面,逐步加大与网约车平台合作,并与第三方平台建立商务车租赁合作,延长了商务车收益。同时,加强车辆清洗、维修等服务共享,中后台服务效能得以有效提升。

食品供应链业务

冷链物流业务

公司冷链物流以“仓配一体化”为核心模式,通过整合内部冷库资源与配送服务,实现从仓储到配送的全流程管理。同时积极应用物联网、大数据、机器人等技术,重构智能化冷库和智慧冷链物流平台,提升运营效率。公司拥有吴泾、吴淞等低温仓库,仓储规模位居国内前列。



半成品食品业务

以“产品研发、品控及销售”为核心,公司半成品食品业务聚焦于中高端市场,通过自主研发和集团名店名厨联名研发相结合的策略,形成了多款高端主力产品。公司实施“锦大师”与“锦江大厨”双品牌策略,品牌矩阵的扩充和完善能够满足不同场景和消费者的需求。

冷链业务与半成品食品业务协同配合,形成了高效、稳定的供应链体系。公司通过内联外合和资源整合,推动预制菜业务快速发展,进一步提升冷链业务的竞争力。公司以“数字化+食品冷链”为核心,依托智能化、数字化技术,协同集团内产业链优势资源,打造绿色、健康、安全、高品质的食品冷链服务平台。



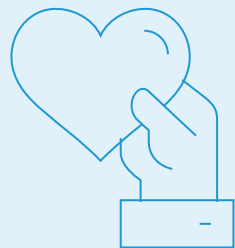
关键绩效

2024年营业收入 **18.28** 亿元人民币

公司实现归属于上市公司股东的净利润 **1.97** 亿元人民币

实际支付税金现金流量(纳税总额)为 **9,940.18** 万元人民币

2024
关键绩效



专题一 市场化改革显成效 产业链协同助发展

以深化市场化改革为抓手 统筹推进数字化转型

市场化改革成果

为更好地适应市场竞争,推动公司业务发展,2024年,公司围绕商业模式、体制机制和人事制度三个方面持续推进市场化改革,继续扎实助推各所属企业的改革深化工作,从而提升公司的市场竞争力和运营效率,持续释放市场化改革的红利。

在商业模式方面

公司紧密结合市场形势,加强行业对标,进一步梳理和优化业务线,推进轻重资产分离,强化食品供应链业务线的协同效应,使业务布局更加科学合理。

在体制机制方面

公司推进食品供应链内部业务协同,完成了汽车客运和食品供应链业务板块的组织架构优化,通过调整部门设置和职责分工,形成合作与竞争发展的良好局面,这一举措使得组织架构更加精简高效的同时,更好地匹配业务发展需求,为公司业务的可持续发展提供了有力支撑。

在人事制度方面

加强市场化优秀人员的引进,迭代优化绩效考核与分配方案,抓实考核与奖惩兑现。公司进一步优化了各业务板块的绩效考核方案,通过细化考核指标、完善激励机制,更加精准地衡量员工的工作绩效,充分激发了员工的积极性与创造力,为公司业务发展注入了强大动力。

数字化转型进程

随着市场化改革的不断深化,公司顺势而为,加速推进锦江在线及下属企业数字化转型,统筹推进重点数字化项目建设,为提升服务效能、强化核心竞争力提供有力支撑。公司强化了业财一体化平台上线运营,持续开展全面预算系统建设,启动数仓、费控等新系统建设。

数字化转型正在加紧落地,公司各平台推广稳步上线,有效提升管理效能。

具体来看,公司下属锦海捷亚为满足运营管理的需要,支持业务高效操作和管理精准决策,2024年相继启动了整合国际货代平台、业财中台等建设。

公司下属锦江低温主要围绕OTW和业财一体系统的上线,全面优化经营管理模式,启动费控管理系统、全面预算系统、数仓及指标平台的建设和实施,并对现有系统进行功能优化和相互对接,成功构建数据管理闭环,借助数字化工具实现了经营管理的动态化、流程化和体系化。2024年,通过业财一体系统的上线实现主要业务线的财务核算自动化比例不低于90%,为企业的精细化管理、内部控制、经营分析等提供有力支持。

公司下属锦江汽车按照公司数字化转型重点工作任务,在业财一体化、全面预算、车辆运营监控平台、EHR和业务场景系统等方面稳步推进数字化建设。

业财一体化方面,完成商务车采付结算一体化建设,公司已全面实现商务车业务从营收结算到成本采购与支付的闭环管理,目前仅人工成本部分尚未纳入闭环体系。商务车业务已实现全电发票**100%**自动开具、财务凭证自动化率近**98%**,应收款银行流水自动匹配、认领、核销自动匹配率达**80%**;单车营收核算覆盖率**100%**,提升了整体运营效率,数字化赋能成效显著。

全面预算方面,集团内部率先完成全面预算系统建设工作,公司商务车、出租车、汽贸汽修主业经营板块全部编制分业务线业务管报预算,全面预算的启动及实施成为公司在数字化转型的重要里程碑,从此,年度预算数据向着更精确化、精准化、精细化的方向演变。

实时监控平台建设方面,完成覆盖出租公司及投资体所有营运车辆的营运实时监控平台项目建设,并实现96961统一调度、统一运营。实时监控平台的建成,为公司出租车运营数据管理带来了质的提升,满足了公司对出租车运营情况实时性、准确性的要求,使出租业态的数据自动化采集率提升到了99%以上,显著提升了出租车业态的自动化管理水平。

应用场景建设方面,完成了商务车、出租车修理预约、事故费、车辆保险、车辆燃料费用导入等应用场景的建设,它的建设及使用极大地提升了驾驶员的便利性,帮助企业优化服务举措提供参考数据,并持续提升运营管理的效率和效益,为公司加快数字化转型提供了强有力的支撑。

业务线协同

通过整合冷链物流与半成品食品生产、销售环节,能够显著提升供应链效率、有效降低成本。公司在进行市场化改革的过程中,围绕市场形势进一步梳理优化业务线,推进轻重资产分离,加强食品供应链业务线协同。

供应链整合与优化

食品冷链业务为半成品食品提供从生产到销售的全程冷链支持,确保产品在运输和储存过程中的品质和新鲜度。通过冷链技术的进步,半成品食品的销售半径得以扩大,市场覆盖范围进一步拓宽。

数字化赋能与数据共享

通过数字化平台实现食品冷链与半成品食品业务的线上化协同。例如,建立覆盖多组织、多角色的线上一体化平台,实时监控冷链运输状态、仓库运营情况以及半成品食品的库存水平。这种数据共享机制不仅提高了供应链的透明度,还能通过大数据分析优化库存管理和物流配送。

质量与安全管理

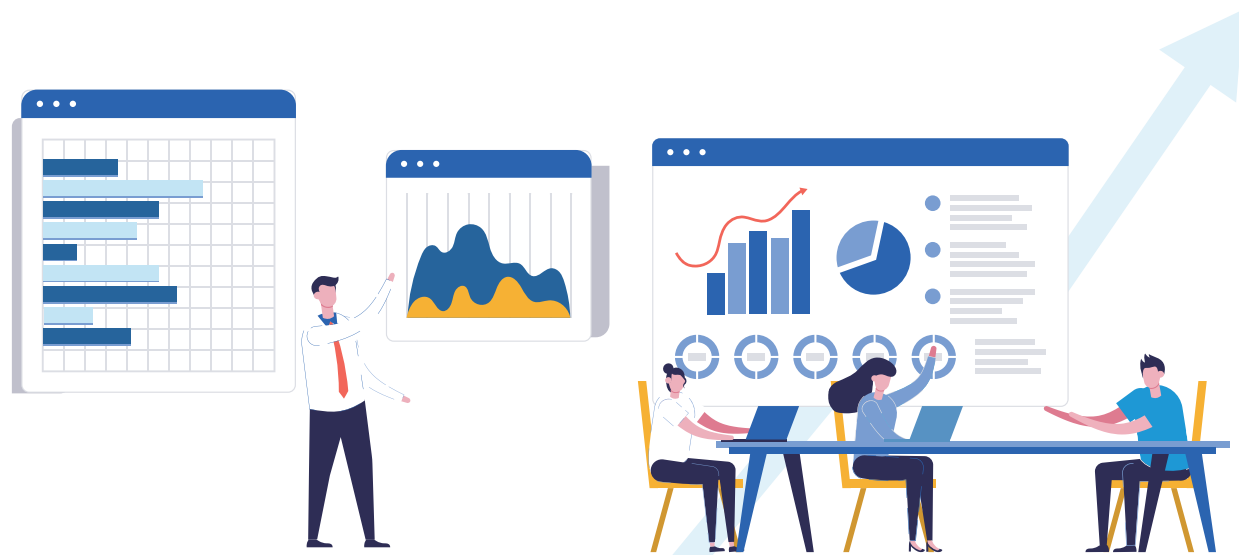
锦江御味始终将食品安全管理放在首位,持续优化全流程食品安全管理体系和全链路产品质量监控机制,确保半成品食品从原材料采购、生产加工到销售的每个环节都符合食品安全标准。锦江御味协同锦江低温统一建立冷媒配比标准,根据不同气温制定了对应的冷媒配比标准,有效保证了配送恒温问题。

对外战略合作

在与供应商、客户以及相关方开展常规合作的基础上,筛选能够实现资源共享、优势互补的合作方建立战略合作关系,拓展合作空间,实现深度的合作。

技术创新与效率提升

食品冷链与半成品食品业务的协同还体现在技术创新上。冷链技术的进步为半成品食品的生产提供了更高效的速冻和保鲜手段,同时智能化的冷链管理系统能够优化物流配送效率。这种技术协同在提升了供应链效率的同时还降低了运营成本。



专题二 锚定品牌核心策略, 铸就锦江独特亮点

在市场消费明显降级、预制菜风评断崖式下跌的2024年, 锦江御味群策群力, 紧贴市场消费大趋势, 及时调整经营策略, 制定了“扩品类求生存、精产品强根基、拓渠道谋发展”的核心方针。

“锦大师”品牌宣传建设

“锦大师”品牌作为公司中高端半成品食品产品的核心, 依托锦江集团80多年的餐饮积淀与美食文化基因, 助力提升了老客户的复购率和企业新客户的开发, 成为推动企业持续增长的关键力量。

2024年, 公司为进一步培育“锦大师”品牌, 提升品牌知名度, 进行多次宣传拍摄。

企业宣传视频

1个

品牌宣传视频

1个

品牌及产品宣传视频

2个

产品宣传视短视频

6个



“锦大师”品牌专注于中高端半成品食品的研发与生产, 致力于将匠心工艺与传统美食文化完美融合, 为每一位消费者带来便捷而不失美味的高品质体验。凭借对品质的执着坚守和对创新的不懈探索, 锦江御味研发总监严锋同志获评2024年度“上海工匠”荣誉称号, 锦大师品牌获得多个奖项, 彰显了公司品牌的独特竞争力:

年夜饭套餐金奖



锦大师·锦味荟萃礼盒

预制菜臻选金奖



锦大师·淮扬狮子头

年夜饭单品金奖



锦大师·鸡油蒸鲥鱼

2024年, 为了更好地把握行业动态, 锦江御味积极与外部同行展开深度交流, 共同为行业的可持续发展出谋划策。本年度, 公司共参与4场行业展会及发布会, 不仅为公司提供了一个展示自身实力和创新成果的平台, 也让我们有机会深入了解行业的最新动态, 与众多行业内的专家、学者和企业代表进行面对面的交流与合作。



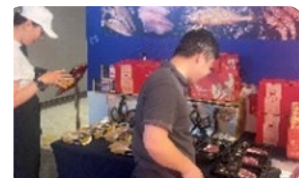
8月8日甜卿品牌管理·2024秋季新品联合发布会(上海)



8月28日-29日第18届上海国际渔业博览会(上海)



10月9日-11日第4届杭州礼赠品、文创产品及数字化展览会(杭州)



10月20日-23日第32届国际礼品及家居用品展览会(深圳)

参与“幸福直通车”进企业活动

上海市总工会创新推出的“幸福直通车”活动通过整合相关委办局、国有大中型企业和社会组织等优质资源，将上海本土的“中华老字号”等知名优质品牌送进企业、园区和楼宇。2024年，锦江御味参与30场“幸福直通车”进企业活动，在提升员工工作幸福感的同时，有效增加了“锦大师”品牌的市场认知度，为锦大师走入千万家构筑营销基础。



经营亮点

销售实力有效提升

◎大客户销售

在当前预制菜市场风评波动以及宏观经济环境变化的双重背景下，公司加速推进除预制菜以外的其他品类产品的推广与销售工作。具体而言，重点聚焦于冷冻面点、生鲜食材等品类，通过精准的市场定位、多元化的营销渠道以及高效的供应链管理，确保产品能够在市场中快速占据一席之地。

为顺应企业福利平台化的发展趋势，公司积极拓展合作渠道，进一步深化与相关平台的战略合作。目前，公司已成功与东福平台达成2025年新春季产品的合作意向，此次合作将通过定制化的福利解决方案和丰富的促销活动，为企业客户提供更具个性化和多样化的福利体验，尤其在叮咚销售渠道的销售业绩较去年有显著提升。

在确保主要渠道的品牌露出及销量稳定增长的前提下，通过整合商超经销商，成功为商超渠道运营降低了成本。同时，公司聚焦商超渠道的独特需求，开拓了两家定制产品经销客户，并针对其特定需求提供专属产品解决方案。凭借精准的市场定位与优质的产品服务，商超渠道产品的销售量表现相当可观。

◎线上销售

线上直销

为契合集团深耕锦江自有渠道的战略规划，线上直销依托锦江荟平台，陆续完成了员工专区升级、积分抵现等功能的上线，最终实现锦江荟+小程序自有渠道的运营效能显著提升，成功突破**1,000万**营收。

线上分销

2024年线上部门主动出击，积极开拓线上分销业务，借助点心品类的高复购属性及地标生鲜食材的有卖点、宜宣传的特点，顺利搭建线上分销模型，并实现当年营收破**1,000万**的目标。

仓储物流能力建设



启用宝山仓

7月底锦江御味启动了青浦仓搬宝山新天天仓工作，8月宝山仓正式投入运营，并成功具备了2C电商发货功能，有效满足仓储及发货需求。



配送时效提升

依托锦江低温自有车队的城配能力，御味2B城配业务的流程得到进一步优化，配送效率显著提高。



建立冷媒 配比标准

依据不同气温条件，仓库制定了相应的冷媒配比方案，从而有效保障了配送过程中的恒温需求。



线上评分提升

通过对仓库KPI时间节点的管控，能有效提升了线上平台综合评分。



一口价降本增效

2024年一口价单量相较上年同期增长了7.2倍，有效降低了物流成本。

合规经营 长治久安

合规经营

公司治理

股东大会

• 锦江在线以股东大会作为最高决策机构，决定公司经营管理的重大事项，保障股东权益。

• 召开年度股东大会 **1**次
共审议议案 **9**项

• 召开临时股东大会 **1**次
共审议议案 **2**项

董事会

• 股东大会下设董事会和监事会，董事会作为确保公司高效运作和可持续发展的关键机构，负责对企业日常业务进行管理和决策。

• 召开董事会会议 **10**次

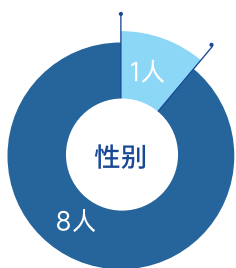
监事会

• 监事会是公司治理结构中的重要监督机构，负责对公司财务、公司董事、总经理及其他高级管理人员履行职责合规性的监督，对公司的重大事项进行监督和审议。

公司监事会共有3位监事，其中1名为职工代表。

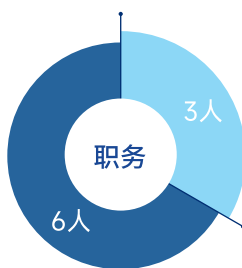
• 召开监事会会议 **5**次

性别



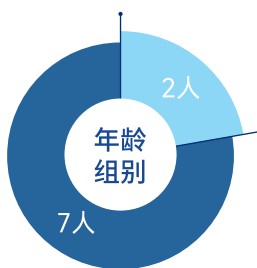
■ 男
■ 女

职务



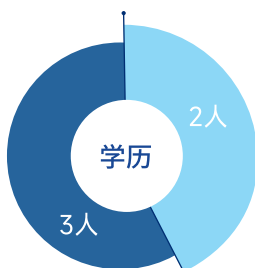
■ 董事
■ 独立董事

年龄组别



■ 40-59岁
■ 60岁及以上

学历



■ 博士学位
■ 硕士学位

为加强公司的信息披露水平，2024年共披露各类临时报告45份、定期报告4份，及时准确完整的披露了公司相关信息，确保了公司在信息披露方面的合规性，并努力提升公司透明度和资产市场形象。此外，锦江在线持续推进投资者关系管理和市值管理，协调公司高管与证券监管机构、投资者、证券服务机构、媒体等之间的沟通交流，塑造了良好市场形象。

风险管理

锦江在线遵循《上市公司章程指引》等法律法规以及交易所其他相关规定，制定了《锦江在线董事会审计与风控委员会工作细则》，每年按时披露《内控控制评价报告》，持续推动内部控制及合规体系的健全；补充完善了《锦江在线董事会秘书工作制度》《锦江在线股东大会议事规则》《锦江在线公司章程》等多项工作制度文件，确保公司的透明度及规范化运作。

风险管理组织架构

为充分满足监管要求、提升公司治理能力和治理水平，锦江在线建立了以董事会为核心统领的风险管理组织架构。

董事会(领导和监督)

设立专门工作机构董事会审计与风控委员会，代表董事会行使对管理层的经营情况、内控制度的制定和执行情况的监督检查职能、风险管理策略和解决方案的制定，重大决策、重大事件、重要业务流程的风险控制、管理、监督和评估，提高董事会科学决策能力，确保对经营层的有效监督。

经理层(统筹与落实)

明确各部门在风险管理中的职责分工，建立部门之间有效制衡、相互协调的运行机制。

财务、内审等部门(具体执行)

确保公司内部风险信息的及时传递与反馈，定期汇报风险管理的有效性。

◎ 风险管理成果

强化内控审计，助力增强企业风险防范管理水平

公司以《内部控制手册》为依据完成了锦江低温内部控制测试评价审计及报告，开展并完成了上市公司2023年度内部控制检查监督、2023年度内部控制评价两份专项评估。

经济责任审计质量持续提升

完成锦江御味主要负责人、锦海捷亚主要负责人的任期经济责任审计，有效提升了审计质量。

积极开展各类专项审计，服务企业规范化管理

共出具5份后续跟踪审计报告、共计2份绩效审计报告，完成30余项工程审价项目。

投资者关系建设

锦江在线高度重视投资者关系建设，为确保与投资者、股东进行充分有效的沟通，公司开设多条线上与线下渠道，并及时向股东传达信息，保障广大投资者的知情权，提升公司治理水平。

◎ 线上沟通渠道

01 投资者可以通过公司官网了解公司最新动态、财务数据、业务进展等信息。

02 公司利用小程序等新媒体工具，以更数字化、智能化的方式传递公司信息，增强与投资者的互动。

03 利用证券交易所的互动平台（如上证e互动），及时回复投资者的咨询和建议，提升投资者对公司经营发展的参与度。

◎ 线下沟通渠道

01

定期召开股东大会，让投资者通过公开途径了解公司经营状况和未来规划。

02

参与区域性的路演活动、业绩说明会等，向投资者传递公司价值。

03

设立专门的投资者咨询电话，确保投资者能够随时获取信息。

○ ESG管理

ESG管理架构

锦江在线严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等有关法律、行政法规要求，把握可持续发展原则，构筑并优化可持续发展治理架构，将可持续发展理念融合到战略决策和生产经营中。公司注重ESG管理架构的搭建，确保ESG理念贯穿于公司治理和运营的各个环节。

ESG愿景与目标

公司的ESG战略与集团整体战略部署和业务规划紧密相连，旨在推动经济、社会和环境的协同进步。公司通过与利益相关方的深入沟通以及内部综合评估，确定了20个实质性议题，并将其作为实现公司发展战略的重要支撑。

ESG利益相关方识别与沟通

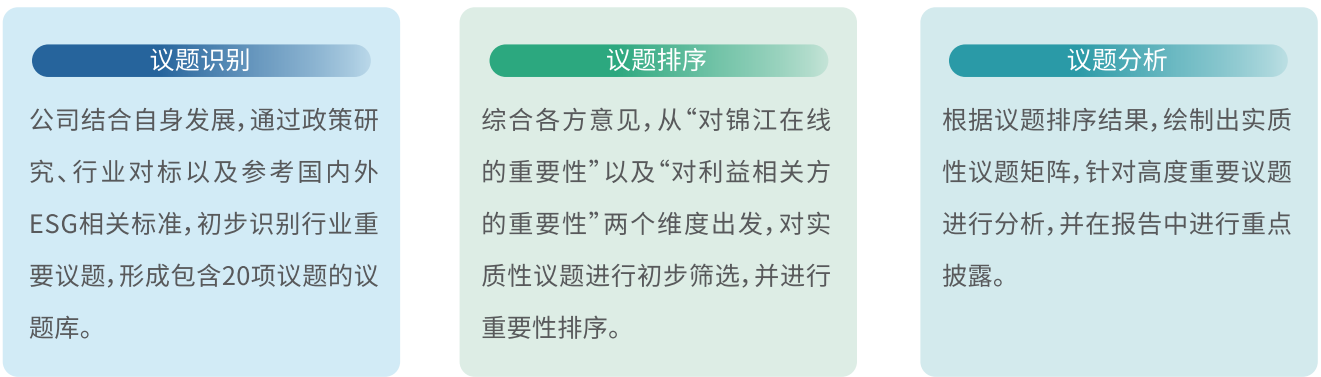
锦江在线高度重视利益相关方的期望与诉求，积极倾听不同利益相关方的声音，通过上市公司信息披露、官网、微信公众号等多种渠道与利益相关方沟通，构建有效的沟通机制，与利益相关方建立紧密联系。

利益相关方识别	期望与诉求	利益相关方沟通与交流
 政府及监管机构	合规经营 依法纳税 落实节能减排要求	职工代表大会 工作报告与调研
 股东/投资人	合规经营 风险管理 完善公司治理体系 信息公开透明	股东大会 及时披露信息 开展投资者交流
 员工	薪酬福利 培训与发展 健康与安全 员工权益维护	职工代表大会 工会组织 职业健康、安全培训 意见反馈机制 健全员工发展
 客户	产品安全 隐私保护 信息安全 商业道德	保障客户隐私安全 客户满意度调查 建立沟通及投诉渠道
 供应商	稳定合作, 互惠互利 诚信经营, 信守合约	定期沟通 线下考察 沟通与反馈渠道
 合作伙伴/同行	公平竞争, 交流学习 促进行业发展	行业论坛 实地走访
 社区及公众	公益慈善 参与社区服务	公益捐赠 开展志愿者服务 多渠道发布信息

实质性议题分析

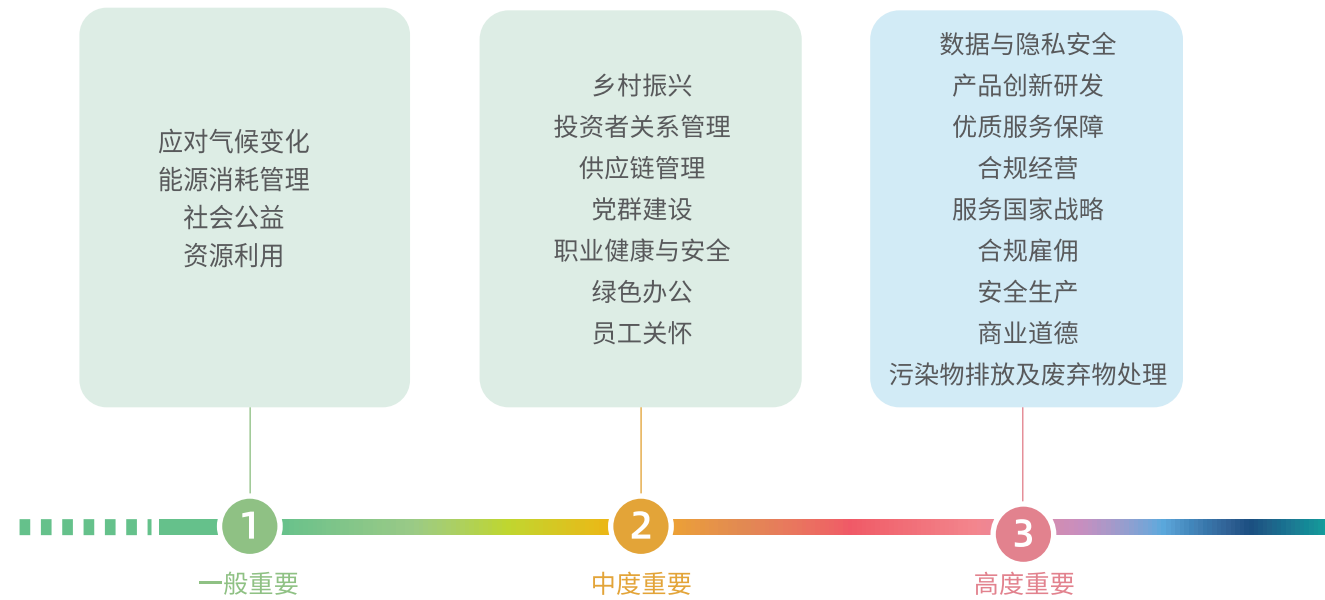
为更好地回应和满足利益相关方的诉求与期望,公司遵循实质性议题分析流程,科学开展实质性议题排序,明确对公司和利益相关方具有重要性的议题,综合筛选出高度重要性议题。

◎ 实质性议题分析过程



环境	社会	治理
绿色办公 资源利用 能源消耗管理 污染物排放及废弃物处理 应对气候变化	数据与隐私安全 产品创新研发 党群建设 合规雇佣 服务国家战略 职业健康与安全 优质服务保障 供应链管理 社会公益 员工关怀 乡村振兴	合规经营 商业道德 安全生产 投资者关系管理

【实质性议题矩阵】



ESG监督与评估

为确保ESG管理体系的有效运行,公司定期对ESG管理工作进行检查,对ESG目标的完成进度、数据的真实性和经营管理流程的合规性等原则进行重点关注。



○ 党群建设

建设理念

锦江在线党委坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导,深入学习贯彻党的二十大精神,以史为鉴、开创未来,埋头苦干、勇毅前行。以政治建设为统领,围绕企业中心任务,坚定不移以高质量党建引领推动高质量发展,充分发挥党委把方向、管大局、促落实的作用,为公司改革发展提供坚强的政治保障。

党支部数量
39

党员数量
527



党建活动案例

2024年,锦江御味借力联合党建共开展7次主体活动推广品牌。





商业道德

公司始终坚持诚信经营、合规经营的理念，将商业道德作为企业文化的核心组成部分。我们坚信，良好的商业道德是企业可持续发展的基石，也是赢得客户、合作伙伴和社会各界信任的关键。



绿色环保 低碳未来

环境合规管理

公司遵守《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国节约能源法》《公路、水路交通实施〈中华人民共和国节约能源法〉办法》等法律规定，高度重视环境治理工作，始终积极履行社会义务并承担社会责任，以可持续发展的经营模式为准则，致力于减少经营过程中对环境的不良影响。2024年公司环保总投入高达78.63万元。

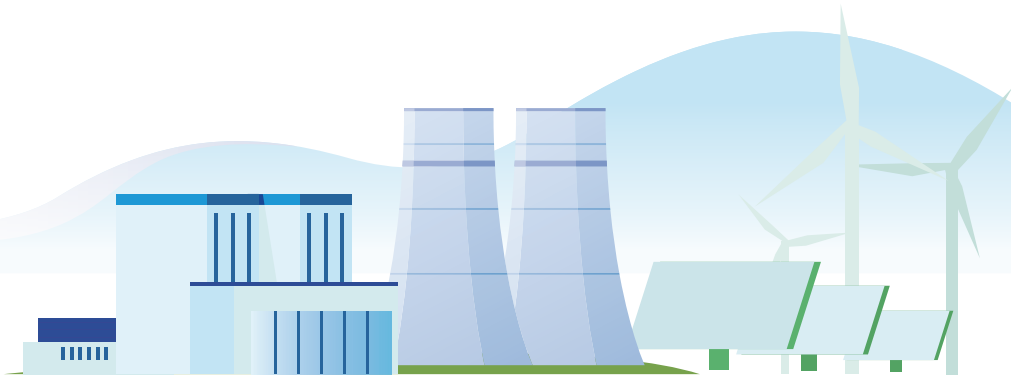
应对气候变化

公司高度重视气候变化，致力于降低公司运营对全球气候变化带来的负面影响。双碳背景下，公司积极响应国家政策，依照《气象灾害防御条例》等法律法规，关注并识别气候变化对行业和公司业务发展的潜在影响，切实推动公司的可持续发展，实现与生态环境的和谐共存。

业务类型	风险	影响	机遇
食品冷链及半成品食品业务	温度波动: 极端高温或低温导致冷链设备负荷增加,温度控制失效	- 食品变质风险增加 - 食品安全问题 - 客户投诉和赔偿 - 品牌声誉受损	- 投资智能温控系统和备用电源开 - 发更高效的冷链包装材料 - 优化冷链设备维护
	极端天气: 洪水、飓风等破坏冷链设施或运输路线	- 供应链中断 - 食品损失增加 - 客户订单延误	- 建立弹性供应链网络 - 投资灾害预警和应急响应系统与 - 保险公司合作降低风险
	能源成本上升: 气候变化导致能源价格波动,冷链运营成本增加	- 运营成本上升 - 利润空间压缩	- 采用节能冷链设备 - 使用清洁能源 - 优化运输路线和仓储布局
国际货运	极端天气: 飓风、海平面上升等影响港口运营和航运路线	- 运输延误 - 货物损坏 - 供应链中断 - 客户满意度下降	- 开发多元化的运输路线 - 投资灾害预警系统 - 与保险公司合作降低风险

接上一页

国际货运	碳排放法规: 国际航运碳排放法规趋严,增加合规成本	- 运营成本上升 - 面临罚款和处罚 - 竞争力下降	- 投资低碳船舶技术 - 优化航线规划 - 参与碳交易市场
	资源短缺: 气候变化导致燃料供应不稳定,影响航运成本	- 燃料成本上升 - 运输效率下降	- 采用节能技术 - 开发替代燃料 - 优化燃料管理
汽车业务	极端天气: 暴雨、洪水等影响道路通行,增加运营风险	- 车辆损坏风险增加 - 运营效率下降 - 乘客安全风险	- 投资车辆保险 - 优化调度系统 - 开发应急响应机制
	政策变化: 政府为应对气候变化出台限行、限排政策,影响业务运营	- 运营成本上升 - 车辆使用受限 - 市场份额下降	- 投资新能源车辆 - 优化车队管理 - 参与政府绿色交通项目
	消费者偏好变化: 消费者更倾向于选择低碳出行方式,传统出租车需求下降	- 市场份额下降 - 收入减少	- 推广绿色出行服务 - 开发拼车和共享出行模式 - 提升服务质量



能源消耗管理

能源管理体系

公司严格遵守《中华人民共和国能源法》《中央企业节约能源与生态环境保护监督管理办法》等国家和地方环境保护法律法规，不断健全环境管理体系，落实能源消费总量和强度“双控”制度，优化能源结构并提高使用效率。

能源消耗现状

耗水量	汽油消耗量	柴油消耗量	用电量
223,820吨	4,822,700升	6,054,183吨	20,795,541千瓦时

2024年锦江在线生产经营能源消耗总量

根据ISO14001体系标准要求，公司对资源管理指标进行量化，耗用纸张等其他物料使用量约330包。

能源消耗总量	温室气体排放总量	能源消耗强度	温室气体排放强度
15,125.74	37,568.51	8.27	20.55
吨标准煤	吨二氧化碳当量	能源消耗总量/百万元营业收入	温室气体排放总量/百万元营业收入

优化措施

公司严格遵守《中华人民共和国能源法》《中央企业节约能源与生态环境保护监督管理办法》等国家和地方环境保护法律法规，不断健全环境管理体系，落实能源消费总量和强度“双控”制度，优化能源结构并提高使用效率。

01 加强燃油管理，控制新增车辆，完善办公用车管理制度，提高车辆使用效率，尽量减少不必要的公务用车出驶台次，提高使用效率；

02 车辆管理执行定点保险、定点加油和定点维修，实行“一车一卡”制度；

03 公开统计车辆的油耗状况，合理确定车辆使用年限，对高油耗、环境不达标的车辆，进行及时报废，淘汰处理；

04 提高出车办事效率，减少往返出车造成的能源浪费和环境污染；

05 引入智能管理系统，实现生产过程对能源耗用的智能化监控与调度，提升能源利用率。

资源利用与循环经济

随着我国加快推进绿色低碳发展，实现碳达峰碳中和已然成为我国长期国家战略与基本国策。公司跟随国资委及市政府的总体部署，结合自身发展战略定位与业务拓展方向，全面规划工作目标与任务，积极探寻契合自身特色的碳达峰、碳中和目标达成路径与实施模式。

水资源

加强用水管理，强化节水意识，在生产经营中妥善用水，最大程度节省水资源消耗。

01

加强用水设备的日常维护管理，定期对供水设施进行检修，杜绝跑冒滴漏、长流水现象，节约每一滴水。

02

强化用水管理，切实控制每个阀门、水龙头的流量，督促员工养成良好的用水习惯，不用高压清洁水冲洗车辆，杜绝长流水。

03

其他能源

公司致力于广泛推广节能产品与技术，主动引入先进的节能技术应用，严格落实公司既定的节能减排计划。



采购环节优先选择节能型产品和材料，坚决淘汰国家明令禁止的高能耗设备及产品，严格把控高耗能产品的引入。



大力推广使用节能型水阀、节能灯具及新型环保材料。



持续开展高耗能设备的节能改造与更新换代工作，全方位推动节能减排目标的实现。

污染物排放与废弃物处理

废水排放

公司坚决遵循国家及地方的环境保护法律法规，科学管控废水与废气排放，杜绝任何违法排放行为。各子公司依据国家法律要求及总部指导，制定专门的废水、废气管理规范，明确排放责任，严格维护废水处理设施，确保废水水质与废气浓度达到国家及地方标准。

温室气体排放

锦江汽车严格遵守温室气体排放的相关国家规定,在自身运营中实现温室气体减排,致力于推动整个行业的低碳转型,助力国家“双碳”目标的实现。

噪音污染

公司在业务经营过程中,严格遵循《中华人民共和国环境保护法》《中华人民共和国环境噪声污染防治法》等法律法规及《工业企业厂界环境噪声排放标准》要求。

2024年,公司厂界噪声排放始终保持在国家标准限值以内,防治环境噪音污染,切实履行了环保责任。

倡导绿色办公

加强用电管理

加强用电管理,合理设置空调温度,除中央空调外,夏天室内空调温度设置不低于26℃,冬天不高于20℃。无人不开空调,开空调时关闭门窗,定期清洗空调系统的风机盘管、滤网等装置,提高空调能效。电脑、打印机、传真机和复印件等设备要随用随开或设置自动节能状态,减少和避免电器设备处于长时间待机状态,下班后自觉关闭各类电器电源。

加强办公用品管理

严格依据需要配备办公用品,严格配备标准,尽量选择能耗小、环保、质优、廉价的办公设备;尽量实行无纸化办公,文件、材料的起草、修改和传阅尽量在电子媒介上进行,减少纸质文件印发和使用传真的频率,提倡双面印刷。

生态系统和生物多样性保护

作为业务范围涉及冷链、交通等众多领域的大型企业,我们充分认识到保护海洋生态、维护生物多样性对于海洋环境及全球生态系统的重要程度,并且严格遵守《中华人民共和国森林法》《中华人民共和国野生动物保护法》《中国自然保护纲要》《中华人民共和国生态环境保护法》等法律法规,努力减轻生产经营对生物多样性的影响。



以人为本 携手共进

合规雇佣管理

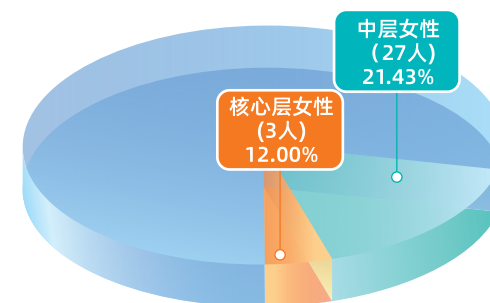
公司致力于构建“以人为本”的雇佣生态,严格遵守《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》、《中华人民共和国民法典》及其他相关的法律法规,为员工打造坚实的利益保障体系切实保障员工的合法权益。

公司员工总数**4,513**人

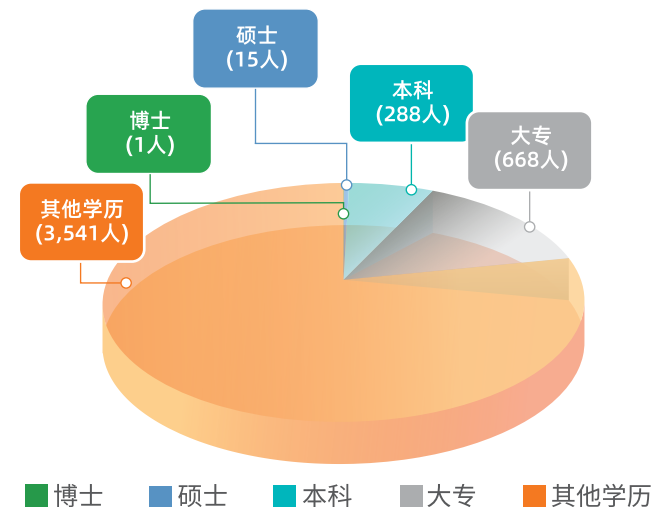
中层及核心层的女性员工人数**30**人

女性员工数量**329**人 占比**7.29%**

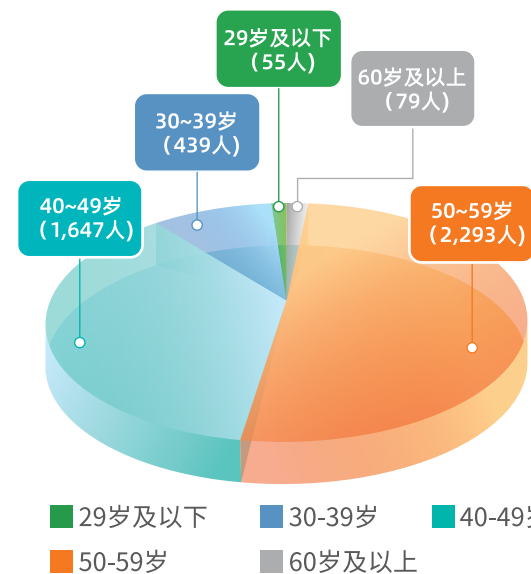
全体员工流失率为**12.66%**



核心层女性人数 中层女性人数
核心层女性占比 中层女性占比



博士 硕士 本科 大专 其他学历



29岁及以下 30~39岁 40~49岁
50~59岁 60岁及以上

进行员工培训投入

112.70万元

接受培训的雇员总人次

6,422次

接受培训的雇员覆盖比例

78.93%

全员培训平均时长

103.94小时

全年共吸纳就业

349人

2024

○ 守护职业健康

安全生产

公司全面落实市委、市政府和集团对安全生产工作的新要求,进一步压实各级主体责任,将安全防范责任措施落实到基层末梢、岗位人头。通过加强安全管理规章制度梳理,公司进一步完善了安全管理体系。同时,以专项工作为抓手,切实推动隐患排查治理全覆盖。

安全生产
投入总金额

1,731万元

占全年
营收比例

0.94%

工伤保险投入总金额
(保险覆盖全体员工)

98.94万元

安全生产
责任险投入

4,321.49万元

年度安全
生产事故

12起

工伤

9人

工伤人数
占比

0.11%

因公亡故
人数

1人

因工损失
天数共计

757天

每百万营收因工伤
损失工作日数

4.11日/百万元

安全专题培训
投入总金额

123.84万元

共动员

55,415人次

全年培训
总时长

79.62小时

培训覆盖率
高达

98.60%

以“安全生产月”为契机,公司深入开展预案演练,帮助员工掌握安全生产操作技能,以提高员工应急处置能力及整体安全生产水平,减少因操作失误导致的安全事故。

职业健康

关注员工的职业健康,减少职业伤害,既是提高生产效率的必要之举,更是公司履行社会责任的重要体现。

接受职业健康
体检员工

70名

职业病
发生率

0%

岗位职业危害
告知率

100%

接受员工体检
人数

2,510人

员工体检
覆盖率

57.17%

应急演练

为增强员工安全意识,提高员工针对紧急情况的应对能力,公司及各子公司组织开展多次应急演练。

开展应急演练

27次

参与人数

约646人

○ 赋能职业发展

公司遵循人才强企的发展战略,雇佣员工贯彻公平公正、择优录取的重要原则。在企业层面,公司积极为员工职业晋升及个人进步提供广阔平台,设置科学的考核激励制度,通过开展丰富的职业培训赋能员工成长。

相关案例

- ✓

积极组织锦江在线各级工会干部参加工会干部培训班,研讨最新经济形势热点、工会知识拓展、工会工作经验技能交流分享。
- ✓

推荐申报一名对象参与“上海工匠”评审并成功获得市级荣誉称号。
- ✓

积极参与集团“百名高徒拜名师”活动,以工作实绩作为衡量标准,名师名副其实,高徒学有所成,师徒结对成效明显,在教授职工技艺技能中具有示范引领作用。

○ 重视员工关怀

公司将员工权益视为企业发展的基石,在赋能员工职业发展的同时,公司积极拓展员工业余生活,通过丰富的活动和福利,持续提升员工的归属感与幸福感。同时,公司重视员工困难帮扶,加大对一线职工和困难职工的关怀力度,特别关注特殊员工群体的需求,努力营造和谐、温暖的企业文化氛围。

公司持续做好人力资源统筹工作,组织推进企业组织架构的调整优化,持续优化年度绩效考核方案。

为了加强对人才赋能,公司深入了解各部门的业务发展实际需求,并针对性地为员工提供人力资源方面的帮助和支撑,为超过2000名退休员工做好补充医疗保险平稳过渡并答疑解惑。

员工帮扶

公司积极主动参与帮扶工作，共同营造和谐的企业氛围，通过生活帮扶、工作帮扶、家庭帮扶等方面，确保每位有需要的员工得到及时有效的帮助，彰显了良好的企业责任。

全年帮扶
困难员工
239名

每百万营收困难员工
帮扶人数为
1.30人/百万元

员工关怀活动

- 全力推进“老娘舅”机制试点工作。因地制宜探索“老娘舅”群众工作法的有效实践，提升职工安全感、获得感和幸福感。
- 积极组织公司工会干部、劳模及职工代表参加职工心理关爱专题讲座，引导干部职工正确面对工作生活中的压力，切实加强对职工的人文关怀和心理疏导，更好地保障职工的身心健康。
- 推动公司基层企业工会服务资源整合，创建融合型服务阵地。

业余活动

- ☑ 通过参加“锦江好声音”歌咏大赛，进一步团结凝聚公司广大职工，打造健康文明昂扬向上全员参与的职工文化，不断增强广大职工的凝聚力和向心力。
- ☑ 满足职工多样化、高品质健身需求，响应市总号召，积极发动职工群众参与市总主办的城市定向赛竞赛，助力职工群众性体育活动蓬勃发展。
- ☑ 组织公司职工群众参观“金字塔之巅”古埃及文明大展，着力提升产业工人队伍文化素养、增进职工对企业的认同感、归属感和幸福感。

员工福利

通过整合集团内部资源，坚持价格让利，线上结合线下，以多元化的方式，推动职工内购活动，让锦江员工得实惠。



优质产品 塑卓越品牌

○产品质量管理

公司严控产品质量,各子公司结合自身经营情况制定供应链管控制度并选定合格供应商,每年年底由总部组织开展全公司进行供应商评定,总部各部门及各区域下分子公司评定结束经审批后形成全公司供方名录,从源头确保产品质量稳定。

供应链管理

◎供应链风险识别

风险类别	具体风险点	影响	行业机遇
环境风险	- 冷链运输和储存过程中能源消耗大,碳排放高 - 化石燃料价格上涨和供应不稳定,影响汽车运营成本和效率 - 洪水、高温等极端天气破坏冷链设施或运输路线	- 运营成本上升 - 供应链中断 - 食品安全问题 - 品牌声誉可能受损	- 采用节能冷链设备 - 使用清洁能源(如太阳能冷藏车) - 优化路线和仓储布局,提高物流效率
社会风险	- 司机短缺等问题,可能导致罢工和劳动力流失 - 冷链行业专业人才(如冷链司机、技术人员)短缺 - 交通拥堵、噪音污染、安全事故等,引发社区不满和抗议。	- 生产力下降 - 人才流失导致人力成本上升 - 社区抵制 - 法律和财务风险	- 引入自动化技术减少人力依赖 - 改善员工福利和培训计划 - 加强员工培训和操作规范 - 引入食品安全追溯系统 - 与社区合作解决交通问题
治理风险	- 供应商资质不合格或行为不规范,影响食品安全和供应链稳定性,导致法律风险和声誉损失 - 未能遵守相关法律法规,面临罚款和处罚 - 缺乏对供应链的可见性和控制力,难以识别和管理风险	- 品牌声誉受损 - 投资者信心下降 - 难以满足消费者对透明度的需求 - 法律诉讼和罚款 - 面临监管压力	- 建立完善的合规管理体系加强供应链透明度 - 利用数字化技术提高可追溯性

◎供应商管理架构

• 锦江御味管理架构

产品研发部	负责初选供应商(寻源)、发起供应商验厂、产品抽检及后期打分。
运营部	根据制度规定完成供应商招投标流程、合同签约、采购及结算、供应商维护、产品验收入库及后期打分。
财务部	负责采购付款流程审批及货款支付。
综合办公室	按制度发布流程发布相应管理制度。

• 锦海捷亚管理架构

由使用供应商所属部门经理、分子公司及区域的财务、法务、系统质量等部门及总经理等共同构成锦海捷亚供应商管理体系。

◎供应商管理制度

锦江御味:具体划分为供应商准入、定级、评审、招采方式、签约与履约、监督等环节。

供应商准入	拥有有效营业执照及其他相关证照、品控及财务制度健全、信誉良好及设备优良者、通过ISO22000或HACCP等食品安全管理体系认证者优先(原料及内包厂商必须具备有效资质证件),且近一年内无食品安全相关行政处罚记录。
供应商定级	以季度及年度为周期,运营部负责组织产品研发部等部门,对供应商在合同执行中和执行后的表现进行评审打分,评级划分为优秀、合格、不合格、失信四个等级,并将评价结果纳入统一的管理平台。
供应商评审	供应商评审分为新供应商按季度考核,旧供应商按年度考核,考核标准范围包含交付质量、交付时效、交付价格、服务及诚信合规。
招采方式	根据采购金额达到的标准,按照公开招标、邀请招标及三方比价等不同的招采方式进行。公开招标及邀请招标需委托招标代理机构进行,且公开招标及邀请招标流程根据《锦江国际(集团)有限公司采购管理制度》进行。
签约与履约	1.运营部门负责签订采购合同,采购合同的签订根据OA审批流程权限进行。 2.招标采购合同应当自中标通知书发出之日起 30日内与中标供应商签订。 3.运营部对供应商履约情况进行验查,跟踪产品的入库情况。 4.产品入库后,运营部及时通知产品研发部进行抽检。 5.运营部依据合同规定申请付款,财务部根据付款申请办理款项支付手续。
供应商监督	1.综合办公室对运营部的采购活动工作程序进行监督。 2.合同审核、验收、付款人员的职责要明确并相互分离,最终以公司相关OA审批流程为准。

锦海捷亚:供应商管理制度可划分为供应商分类、合格供方选择条件、合格供方评定、评定期限、服务质量控制、服务跟踪及检验等环节。

供应商分类	根据供方提供的服务对我司最终服务的影响,可分为以下几类: A类:与业务有直接联系,且提供特殊服务的供方; B类:与业务有直接联系的供方; C类:与业务产生间接联系的供方。	
合格供方选择条件	1、实力雄厚,能满足我司的服务需要; 2、信誉良好,能保证我司的服务质量; 3、价格合理,具有一定的稳定性; 4、能接受我司有关供方服务质量的具体规定并能执行。	
合格供方评定	总部/区域公司/分公司/子公司负责对各自的合格供方实施评定,并编制《合格供方服务质量评定表》 评定采取打分的方法: 90 分以上为优 80 分以上为良 60 分以上为合格 60 分以下为不合格 40 分以下为严重不合格; 客户提出需要验证合格供方时,应对供方提供服务进行验证,验证可在供方处进行,也可在我司的业务活动中进行抽样验证;如客户提出需在供方处实施验证,我司应及时通知供方;不论客户是否参与供方的验证,我司有责任向客户提供合格服务。	
合格供方评定期限	A类和B类合格供方原则上由各部门每年评定一次,C类合格供方原则上不再进行评定,如供方发生重大变化时,我司需对其服务资质重新进行审核。	
	供方类别	控制方法

接上一页

服务质量控制	A类	1、派遣驻仓人员; 2、制订书面的服务质量规定(亦可在协议或合同中体现); 3、制订关键业绩指标和考核标准; 4、每年进行一次合格供方评定; 5、必要时,对其进行现场审核。
	B类	1、制订书面的服务质量规定(亦可在协议或合同中体现); 2、每年进行一次合格供方评定; 3、必要时,对其进行现场审核。
	C类	在协议和合同中明确服务质量的相关要求
质量跟踪及检验	总部/区域公司/分公司/子公司系统质量部门/人员按《检验及状态控制办法》要求,对供方提供服务的过程进行抽样检验。对检验过程中发现的问题由责任部门按《纠正和预防措施实施办法》要求实施纠正,总部/区域公司/分公司/子公司系统质量部门/人员对纠正措施的实施结果进行跟踪。	

◎ 供应商管理目标

公司制定了供应商管理目标,旨在规范公司商品采购工作管理,明确采购招标评定程序和要求,防范运营风险,确保供应商选定合规性,在区域内进一步集中共享供方使用,从而提高运营管理和经济效益,从而保障本公司为客户提供长期、稳定、高质量的服务。

◎ 供应商分布

供应商共1695家,地区分布如下:

总部	189	华北	371
华东	215	华中	259
北方	601	南方	60

◎ 供应商审核

通过质量管理体系认证的供应商数量	家	23
通过职业健康安全管理体系认证的供应商数量	家	23
通过环境管理体系认证的供应商数量	家	23
签订阳光合作协议(或承诺书)的供应商数量	家	90
供应商年度回顾评估数量	家	80
被取消供应商资格的供应商数量	家	9
年度因环境和社会事宜终止合作供应商数量	家	0

平等对待中小企业措施

在当今复杂多变的商业环境中,中小企业作为经济生态的重要组成部分,不仅为社会创造了大量的就业机会,还推动了创新和经济的多元化发展。公司强调平等对待中小企业,致力于构建一个公平、透明、友好、可持续的商业合作环境。

◎ 平等对待中小企业措施

采购机制

我们致力于在采购过程中消除一切形式的歧视,确保中小企业与大型供应商享有同等的竞争机会。公司在采购中严格遵照供应商管理制度,在供应商选择过程中,不因企业规模而设置不合理门槛,确保中小企业的参与权。

付款政策

公司最大程度上确保按时支付款项,避免因延迟付款影响中小企业运营。我们定期审查付款流程,确保中小企业供应商能够及时获得应得的款项。

透明沟通与反馈机制

为了更好地支持中小企业,我们建立了透明的沟通渠道和反馈机制,鼓励中小企业对我们的合作流程和服务提出意见和建议,以便我们不断改进和优化。

◎ 成效与展望

在过去的一年中,我们通过上述措施,显著提升了中小企业在供应链中的参与度和满意度。未来,我们将继续深化与中小企业的合作,进一步优化合作机制,为中小企业创造更多机会,共同推动行业的可持续发展。

2024年报告期末锦江汽车

应付账款
(含应付票据) 余额
359.83万元

占总资产
比重
0.17%

○ 优质服务保障

客户管理



锦江在线严格遵守相关法律法规,秉持诚信经营理念,注重加强员工在客户管理方面的培训,提升员工的服务意识、沟通技巧和问题解决能力等综合素质。

2024年全年,公司举办定期营销会议时长共**10**小时,员工参与责任营销培训人数为**30**人

此外,公司通过客户满意度调查结果、客户投诉处理及时率和满意度、客户忠诚度等关键指标,衡量客户管理工作的成效。其中,锦江汽车通过行业交通热线等方式接收客户投诉,并在规定时间内给予客户明确的回复。对于投诉问题,公司认真调查核实,分析原因,制定整改措施,并及时将处理结果反馈给客户,同时对投诉处理情况进行跟踪回访,确保客户满意。

本年度共收到产品及服务投诉**28**件,每百万营收客户投诉数量为**0.018**次/百万元

客户投诉回复率
100%

客户投诉解决率
100%

产品安全保障

报告期内,未涉及产品和服务相关的安全与质量重大责任事故,损害金额为**0**。
为充分保障产品安全与质量,提升客户出行安全,2024年全年锦江汽车安全运营部对所用车辆进行**112**次自检,共发现**12**处安全隐患,公司立即进行整改,做到无一遗漏。

客户隐私保护

2024年, 锦江汽车参与中国国际进口博览会接待用车活动期间, 进行客户隐私保护专题培训**1**次。

客户满意度

公司针对客户服务进行满意度调查, 共**1,566**位客户参与调查, 满意度高达**100%**。

研发创新

锦江御味聚焦半成品食品的营养与健康, 依托完善的研发体系进行持续的技术改进和产品创新, 使半成品食品的品质与安全性得以不断提升。半成品食品研发中心配备先进的实验设备和专业的研发团队, 专注于半成品食品的新品开发、工艺改进和基础研究。2024年, 公司持续加大研发投入, 推动半成品食品在保鲜技术、营养强化和便捷性方面的突破。

产品创新与技术突破

新品研发

新

公司围绕消费者需求, 推出了一系列创新半成品食品, 如预制菜肴、速冻主食等, 满足不同消费场景和饮食偏好。

健康与营养

新

公司注重半成品食品的营养与健康, 通过减少添加剂使用、增加天然食材比例等方式, 提升产品的健康属性。

产学研合作与行业引领

公司积极与科研机构合作, 开展基础食品研究和应用平台的开发, 推动半成品食品行业的技术进步。同时, 公司积极参与行业标准制定, 助力规范市场秩序, 引领行业健康发展。

案例与成果

2024年, 锦江御味研发多款新品, 覆盖家庭聚会、餐饮服务等多个应用场景, 凭借其便捷性和高品质, 受到市场广泛认可, 成为行业创新的典范。

- (1) 圆满完成三大节令套餐礼盒的研制工作, 共研发**8**款新产品。
- (2) 成功开发预制菜单品, 累计推出**16**款产品。
- (3) 研发点心单品共计**17**款, 其中包括中式点心**12**款、西式点心**1**款、甜品**4**款。
- (4) 完成牛肉、羊肉、猪肉、禽类、海鲜、河鲜等**7**大品类生鲜产品的开发与引入, 总计**68**个单品。

行业推动

公司下属锦江出租部分企业与相关合作方在上海嘉定区及临港新城指定区域内开展了智能网联无人出租车示范运营活动。该示范运营活动尚处于实验性阶段, 但无人出租车的发展方向能减少出租行业对驾驶员的依赖, 大幅降低了人力成本和车辆损耗, 为用户提供了更安全、舒适的出行体验的同时, 通过优化调度和运营效率, 进一步提升了盈利能力, 有效实现业务升级从而推动行业发展。



和谐发展 筑美好家园

○ 服务国家战略

锦江在线作为一家国有控股上市公司,公司始终将服务国家战略作为核心使命,主动响应国家政策,深度参与国家发展进程,通过市场化改革、数字化转型等多方面实践,积极为国家战略目标的实现贡献力量。未来,公司将继续深化ESG实践,推动企业与社会共同的可持续发展。

助力产业升级与经济高质量发展

公司聚焦主业,推动半成品食品、食品冷链和汽车营运业务的协同发展,通过技术创新和管理优化,提升产业链整体竞争力。

践行绿色低碳发展战略

公司全面遵循国家绿色发展理念,将碳达峰、碳中和目标融合到企业战略规划。通过节能减排、资源循环利用和可再生能源应用,公司显著降低了业务运营中的碳排放。

推动区域协调发展与乡村振兴

公司深入贯彻国家乡村振兴战略,以产业帮扶、公益项目和基础设施建设为着力点,全力推动乡村经济发展。此外,公司还深度参与多项公益行动,积极整合企业资源,融入乡村社区治理,切实满足当地居民的民生需求,为乡村振兴贡献力量。

○ 乡村振兴

公司积极参与乡村振兴工作,持续对上海市金山区廊下镇南塘村的发展提供支持和建设,共计投入金额约**10**万元,惠及**74**人。

○ 社会公益

作为一家具有社会责任感的企业,公司致力于推动社会公益事业的发展与进步,为社会发展和民生福祉贡献自己的力量,并鼓励员工通过志愿者活动等多种形式积极回报社会。据公司团委统计,公司全年共参与**7**次公益活动,志愿者服务**50**人次,共计时长**118**小时。公益慈善投入金额为**0.9**万元。



展望 2025

2025年是一个全新的起点，全球经济复苏的进程仍在持续，中国作为全球经济增长的重要引擎，将迎来一系列积极的政策支持与发展机遇。中央政治局会议明确提出，2025年将实施更加积极的财政政策和适度宽松的货币政策，加强超常规逆周期调节，全方位扩大国内需求，推动科技创新与产业创新融合发展。这些政策的落地，将为经济的持续复苏注入强大动力，也为上市公司的发展提供了坚实的政策基础。同时，党的政策持续聚焦高质量发展，强调防范化解重点领域风险，推动经济结构转型升级。

面对挑战与发展机遇，公司将以三年发展规划为指引，聚焦主营业务，持续深化改革，加快数字化转型，强化核心能力建设，不折不扣落实好2025年各项年度工作任务，在巩固国际货代业务固有优势的同时，进一步推动包括食品冷链、食品、清真牛羊肉在内的食品供应链业务的加快发展，为公司跨越式发展打下坚实基础。

2025年，在占据发展优势的国际货代业务上，公司将巩固海空运业务优势，加快发展新业务的步伐，深入推进“一体化经营、平台化发展”的经营举措，形成海空运传统业务与多式联运、长江内支线运输等新业务发展并驾齐驱的新局面，从而推动公司从经营上游供应商标标准航线产品向定制化航线解决方案升级，强化公司在国际货代行业的核心竞争力。具体来看，海运空运业务方面，公司预计进一步加强海运和空运的集中采购管理，以确保在旺季能够高效履行运输服务承诺，同时通过扩大运力规模，充分发挥规模效应，从而优化成本结构并提升整体运营效益。长江内支线运输业务方面，公司将加强客户需求挖掘，延长客户服务链。新业务发展方面，锦海捷亚将依托多式联运专班的专业优势，强化团队建设，积极拓展铁路平台资源合作伙伴，并进一步开拓欧洲、中亚等地区，开发更多优质海外代理。

在食品冷链业务上，公司将全力发展供应链型仓配一体化业务，进而强化冷藏业务与库区运营管理能力。根据物流与商流加速融合的行业发展趋势，公司创新发展了供应链型仓配一体化业务。公司通过线上与线下齐发力的经营策略，提升大型专场活动频次，延伸产品种类，同时将成功的合作模式复制到地方政府，在食品供应链业务中为行业提供可供参考的创新发展模式。公司在发展策略上，始终致力于推进食品供应链一体化发展，未来将充分发挥公司在上海的冷库区位与规模优势，做好公司各库区的统筹管理，加强大客户的合作，持续扩大冷藏零租业务规模，确保租赁价格、出租率的稳定。另外，继续推进吴淞库区示范冷链园区建设，加强行业交流，提升公司在行业影响力。

在半成品食品业务上，公司将强化产品力，持续建设协同发展的特色渠道体系。围绕家常便饭、家庭聚会、福利发放、社交馈赠等消费场景，公司将加强集团内外优势资源与力量的整合协同，不断健全产品矩阵，持续向特定渠道的消费者打造“好食材、好味道”的高产品力、差异化食品。与此同时，持续完善覆盖产品端、供应端、仓储物流端、销售端的全链路的产品质量监管体系，加强产品抽检力度，确保公司产品质量安全稳定。公司的食品销售体系聚焦在大客户、线上、经销商三大类型渠道，致力于形成并驾齐驱、协同发展的特色渠道体系。在大客户渠道的拓展上，一手抓新客户开发，全年力争实现开发200家新大客户目标；一手抓老客户复购，力争实现80%的复购率，加快形成“美食福利采购就找锦江御味”的用户心理引导。线上直销渠道将紧紧围绕“锦江荟”及小程序，迭代优化营销工具及营销策略，加强锦江积分的转化力度。线上分销渠道重点拓展直播带货，做好经销商筛选与辅导工作，力争全年开发6家+经销商。

在迈向2025年的征程中，锦江在线将继续秉持环境、社会和公司治理理念，致力于在食品供应链及国际货代等核心业务领域实现高质量、可持续的发展。同时，公司将持续优化市值管理策略，强化市值动态监测与分析，精准引导资本市场对公司价值的合理预期，努力提升公司在资本市场的品牌形象和市值表现。我们相信，通过技术创新、业务体系建设以及对市场需求的敏锐洞察，公司将在各业务领域取得显著进步，以切实行动回报股东，为客户和社会创造更大的价值，谱写出崭新篇章。



附录

○ 关键绩效表

• 环境绩效表

指标	单位	2024
能源消耗总量	吨标准煤	15,125.74
范围一直接温室气体排放量	吨二氧化碳当量	26,693.80
范围二间接温室气体排放量	吨二氧化碳当量	10,874.70
温室气体排放总量	吨二氧化碳当量	37,568.51
能源消耗强度	能源消耗总量/百万元营业收入	8.27
温室气体排放强度	温室气体排放总量/百万元营业收入	20.55

• 社会绩效表

指标		单位	2024
员工总数		人	4,513
按年龄划分的员工人数	60岁及以上	人	79
	50-59岁	人	2,293
	40-49岁	人	1,647
	30-39岁	人	439
	29岁及以下	人	55
按学历划分的员工人数	博士	人	1
	硕士	人	15
	本科	人	288
	大专	人	668
	其他学历	人	3,541

[至下页>>](#)

<<接上页

指标		单位	2024
女性权益	核心层女性人数	人	3
	核心层女性占比	%	12.00
	中层女性人数	人	27
	中层女性占比	%	21.43
安全生产	安全生产投入总金额	万元	1,731
	员工工伤保险投入金额	万元	98.94
	员工安全生产责任险投入金额	万元	4,321.49
	员工工伤保险覆盖率	%	100
	年度安全生产事故	起	12
	工伤人数	人	9
	因工损失天数	天	757
	每百万营收因工伤损失工作日数	日/百万元	4.11
职业健康	职业病发生率	%	0
	岗位职业危害告知率	%	100
	员工体检覆盖率	%	57.17
应急演练	应急演练总数	次	27
	应急演练参与人数	人	646
安全培训	安全生产培训资金投入	万元	123.84
	全年培训总人次	次	55,415
	培训覆盖率	%	98.60

指标索引表

章节	议题	CASS-ESG 6.0	上海国资ESG
关于本报告	—	P1.1、P1.2	—
董事长寄语	—	P2.1	—
锦江风采	公司简介	P3.1	—
	业务概述	P3.2	—
	关键绩效	—	S5.5
专题一	—	—	—
专题二	—	—	—
合规经营 长治久安	合规经营	—	G1.3、G1.4、G1.5、G1.6
	ESG治理	G1.3.1、G1.3.2	G2.1、G2.2、G2.3、G2.4、G2.5
	党群建设	—	G1.1
	商业道德	G2.1.2	G1.7
绿色环保 低碳未来	合规管理	—	E1.1
	气候变化	E 1.1.3	E5.1
	能源消耗	E 3.1.1、E3.1.5、E3.2.1	E2.1
	资源利用	E3.2.3、E3.3.2	E3.1
	废物处理	E2.2.7	E4.1、E4.5
	绿色办公	—	—
	生物多样性	E2.3.3	E6.1
以人为本 携手共进	合规雇佣	S4.1.1、S4.1.3	S2.1、S2.2
	职业健康	S4.2.1、S4.2.4	S2.7
	职业发展	—	S2.14
	员工关怀	—	S2.5、S2.6
优质产品 塑卓越品牌	产品质量管理	S3.1.1、S3.1.3、S3.2	S1.1
	服务保障	S3.3.1、S3.3.6、S3.4.3	S1.6、S1.9
	研发创新	S2.1.3	—
	行业推动	—	—

章节	议题	CASS-ESG 6.0	上海国资ESG
和谐发展 筑美好家园	服务国家战略	—	S5.1
	乡村振兴	S1.1.2、S1.1.3、S1.1.4	S5.1
	社会公益	S1.2.2、S1.2.3、S1.2.4	S4.1、S4.2
展望2025	—	A1	—
关键绩效表	—	A2	—
指标索引表	—	A3	—
读者反馈	—	A6	—

读者反馈

尊敬的读者，您好：

非常感谢您阅读公司《2024年度社会责任报告》。我们非常关注您对报告的意见，为推动公司在环境、社会、治理方面的工作提升与改善，请您对本报告提出意见和建议并反馈给我们，以便我们对报告持续改进。

邮寄地址：上海市延安东路100号18楼
电话：(021)63218800
电子邮箱：shenyun@jjtz.com

1、对于公司来说，您的身份是？
☐政府 ☐员工 ☐合作伙伴 ☐媒体 ☐社会公众 ☐环保机构 ☐媒体 ☐其他（请注明）

2、您对本报告的总体评价：
☐很好 ☐较好 ☐一般 ☐很差

3、您认为本报告结构安排和表现形式：
☐合理 ☐较合理 ☐一般 ☐很差

4、您认为本报告披露的信息质量
☐很好 ☐较好 ☐一般 ☐很差

5、您对公司《2024年度社会责任报告》还有哪些建议或意见，欢迎提出